互动仪式链理论视域下 文化访谈节目的情感联结范式与运作机制

牛海波
（锦州新闻媒体集团，辽宁 锦州 121001）

摘要：互动仪式链理论的提出者兰德尔·柯林斯（Randall Collins）认为，社会学研究应以微观现象为基础，而微观研究应以互动仪式为基点，即在特定的社会情境下，社会个体间发生的小范围面对面互动活动可以通过有效的情感联结与际遇转化，构建起全社会广泛参与的互动仪式链。【目的】为研究当下较为火爆的文化访谈节目是如何引发受众情感参与和话题互动，并最终引导社会舆论，形成社会广泛互动场域的。【方法】文章运用互动仪式链理论观照部分文化访谈类节目。【结果】得出了文化访谈类节目中，颇为成功的五种情感联结范式，以及节目的互动仪式运作机制。剖析这些理论机制，梳理并总结这一理论在节目中如何更好地运用与转化，在当下激烈的传媒竞争与节目竞争中具有举足轻重的作用。【结论】研究表明，互动仪式链理论对与社会生活高度链接的文化访谈类节目颇具启发性与指导性，纵观当下具有较高知名度和影响力的文化访谈类节目，无不具有凝聚社会共识、树立正确舆论导向、传播主流价值观等积极的社会意义。

关键词：互动仪式链；文化访谈节目；情感联结；作用机制　**中图分类号：**G899　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2023）04-122-05　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.026
本文著录格式：牛海波．互动仪式链理论视域下文化访谈节目的情感联结范式与运作机制 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：122-126.

2004 年，兰德尔·柯林斯（Randall Collins）在爱弥尔·涂尔干（Émile Durkheim）的社会团结理论和欧文·戈夫曼（Erving Goffman）的微观社会学基础上提出了互动仪式链理论 [1]，这一理论对社会中个体与群体的互动关系从功能结构到情感联结展开了抽丝剥茧式的透辟阐释，形成了结构紧密的逻辑闭环，对于前人言说不清的理论不仅“知其然，更知其所以然”，因而迅速传播并获得广泛接受。以此理论观照社会学领域的诸多现象亦可以获取新的诠释与认知，本文即在近几年社会反响较高的文化访谈节目中考查互动仪式链理论的结构要素与机制运用，获得了富于实践指导意义的创见。

1. 互动仪式链及其理论模型

柯林斯认为，社会学研究应以微观现象为基础，微观现象研究应以互动仪式为基点。在此，柯林斯借用了欧文·戈夫曼“互动仪式”的说法，来指代一种程序化的社会活动，它可以是语言类的，亦可以是非语言类的程序化互动活动。虽然社会生活中的互动仪式种类繁杂，并因地域、民族、宗教和时代差异而产生分化与蜕变，但它们总能代表某一微观领域群众的共同意识，进而通过际遇间的渗透与交互，最终参与宏观社会的文化建构。因此，作为蝴蝶效应的发轫，关注社会微观视野中的互动仪式现象无疑具有博观约取、见微知著的作用。

柯林斯互动仪式链理论的精髓在于他对仪式作用机制的系统阐发。概括而言，人们相似的心理和共同关注引发了共同的情感冲动，从而使他们有了共同的社会关系符号和程序化的仪式，多种社会互动仪式在际遇的交流与碰撞中融合并构，成就了整个社会层面的互动仪式链。这一仪式的组成元素包括四个方面：两个及以上个体聚集形成身体共在的场域、排除局外人的情境、参与者有共同关注的焦点、共享的情绪情感体验。成功的互动仪式发生在上述四个要素之间，其产生的结果也可概况为四个方面：形成群体团结，个体获得情感能量，共同的焦点成为社会关系符号，互动仪式中的成员形成了共同的道德标准。柯林斯强

调，该仪式链理论的核心因素是高度的相互关注，跟高度的情感连带——通过身体的协调一致，相互唤起参加者的神经系统——结合在一起，从而形成与认知符号相关联的成员身份感，同时也为每个参加者带来了情感能量。[2] 图 1 即为互动仪式链理论的要素、结果与运作机制。

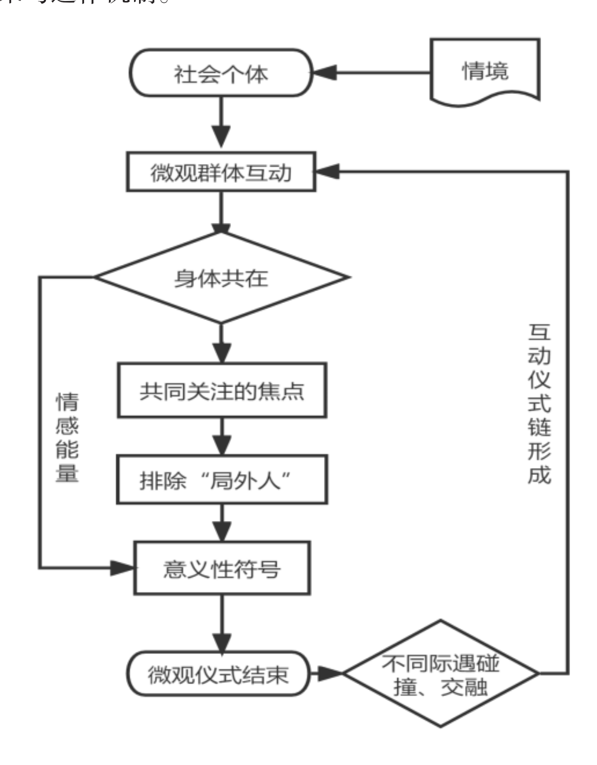


图 1　互动仪式链理论的要素、结果与运作机制

2. 文化访谈类节目的情感联结范式

当下，文化访谈类节目因与社会生活和大众群体的高度链接而具有显著的舆论导向功能与议程设置功能，基于柯林斯的互动仪式链理论视角考查近年颇为成功的文化访谈节目，梳理较有代表性的现象级文化访谈类节目的互动模式与情感联结范式，进而从社会学与传播学的交叉研究中获得栏目成功创制与运作的理论依据，是本论文的出发点与归宿。

根据柯林斯的理论，"情感能量"是一种持续和相对稳定的情感聚积，它在成员间传递与联结，通过情感的唤起与流动，所有成员强化了身份认同与价值认同，并生成了共同的意义性符号，使情感能量更加强烈且集中。由此可见，微观互动仪式在"情感能量"的激发过程中起到了重要的作用。[3] 纵观当下具有较高知名度和影响力的文化访谈类节目，无一不是在情感能量的激发方面下了一番苦功，从而有效提升了此类节目的传播与接受效果，成为信息过剩时代抓住用户与流量的内容赢家。就其互动要素的运作机制而言，这些节目都具有一些原理性的固定套路，可总结为一系列情感的联结范式用以指导这类节目的创作实践。

2.1　暗线贯穿，民主发声的蛛网式

以《圆桌派》《非正式会谈》等栏目为代表的蛛网式文化访谈节目，由多位访谈嘉宾到现场参与，他们反客为主，尽情地表达自己对某一议题的看法；主持人则不过多表达自己的情感立场，其作用只是在暗中穿针引线，以启发式的提问、回应式的点睛之语及聚焦主题的引导性语言贯穿整个访谈过程，使嘉宾的观点在民主发声中形成纵横交织的蛛网状，从而以观点的新锐、视角的新颖、多元的向度带给受众精神上的愉悦与满足。这些多维度的观点可以使节目唤起更多的共鸣与关注，在嘉宾们看似漫不经心的侃谈中，受众找到了观点的共鸣（抑或是受众心里有却说不清楚的话）。显然，嘉宾多为高级知识分子、社会成功人士、网络大 V 等人物，但他们却在轻松的谈话氛围中隐藏了自己的精英身份，为受众营造出一种镜像效果，进而加强了与不同观点的受众之间的情感联结，并最终在涤荡与沉淀中形成统一的社会关系符号，既充分实现了互动仪式的建构，也使节目获得了较好的收视效果。

2.2　明线贯穿，话语霸权式

这一类型以《十三邀》《我的青铜时代》等栏目为代表，节目主持人以鲜明的个人身份参与访问、发表评论、表明立场，他们访问的嘉宾也多为有特殊经历或有较大争议的人物。与蛛网式的平和、民主风格不同，这类节目特意营造或渲染一些矛盾冲突，节目现场的每一个人都有自己独具的话语锋芒，访谈就在夹叙夹议的交流互动中展开。从互动仪式链的角度看，主持人与嘉宾似乎都仅代表他们自己，节目开始时他们往往并不表现出切身沉浸的状态，甚至可能呈现一种向外游离的张力，而游离的真正目的却是引导受众生成越来越清晰的文化符号与意义。情感能量的联结先是在主持人与嘉宾之间流动、酝酿，受众则更像是置身事外的看客，在对人物非凡经历的好奇与窥探欲望的不断满足中，自身的情感便不知不觉地被激发出来，在涤荡与认同的钟摆游动中，情感联结过程便最终完成。在这类节目中，嘉宾因身份独特与传奇经历

而展现出的话语霸权，主持人不随顺、不迎合而展现的智慧交锋，都是获得受众情感联结的有效手段。

2.3 隐藏主线，暗流涌动式

在以《朗读者》《鲁豫有约》等栏目为代表的文化访谈节目中，主持人巧妙地隐藏自己的访谈意图，以可有可无的低姿态引导着嘉宾追随自己的心愿与情感展开谈话，营造了一种嘉宾反客为主，“我只表达我想表达”的自述式访谈氛围。这种貌似单线叙事的模式可以很好地呈现嘉宾的情感脉络，在娓娓道来的讲述中承载着真挚热烈的情感，又因嘉宾的人格魅力博得了受众的认同与共情。受众在观看与聆听的过程中，丝毫不会产生被说教的违和感，在他人的故事与经历中感悟着人生的哲理，并由此获得了道德情感的升华与精神理智上的愉悦。曾有评论说到鲁豫在访谈时的中立姿态，完全看不出喜好立场的她拥有一副独属于陈鲁豫的“鲁豫姿态”，这恰恰是她想要隐藏自己的话语锋芒，为嘉宾营造充分松弛、自由的氛围，从而让他们完成一次毫无包袱的公众访谈节目的高明之处。此外，节目还通过设置朗读亭等辅助仪式，让受众群体的互动从网络走向了现实，通过身体的充分集聚和近距离交流互动，深化了群体的身份认同。[4]

2.4 明暗交织，辐射扩散式

这种模式以主持人或明线或暗线相互交织地呈现样态，以情感的辐射扩散式弥漫节目及受众，多为带有嘉宾和现场观众的较大型访谈节目，如《这就是中国》《开讲啦》等。根据互动仪式理论的情感特性，人们在面对多种互动仪式时，更趋向于参加那些当前可得到回报强度最高的互动仪式，对仪式形成的情感能量及符号不感兴趣时就不会关注。[5] 因此，主持人面对主讲嘉宾的专题演讲，以抛砖引玉、退居次要位置的方式，将受众的关注度集中于主讲嘉宾的身上，而在受众提问环节中则扮演篮球场上的“二传手”，组织观众提问，帮助嘉宾解释，带动和呼应镜头另一端的场外受众等，形成以嘉宾为中心，向四周及场外辐射的情感状态。与单向度的情感联结相比，这种模式更加丰富厚重，但对主持人情感线索的驾驭能力具有较高的要求，因为一旦把控不好，即会造成符号意义生成困难，情感联结不够紧密，最终导致受众流失。

2.5 双线并行，戏剧冲突式

以易立竞主持的《立场》和陈晓楠主持的《和陌生人说话》等节目为代表，主持人与访谈嘉宾之间形成了一种攻击与防守式的情感涤荡模式。正如节目开播时的呼号“不盲从，不迎合，不回避，不轻薄”[6]，这两档节目既不刻意回避敏感问题，也不以中庸柔和的姿态对待敏感问题，而是双方立场分明，话语锋芒毕现，以水火难容之势营造了一种戏剧式的冲突对峙。这种情感模式很容易牢牢锁住受众，让受众以看剧的心理状态进入双方共同制造的浓厚情感氛围中，从而获得紧密的情感联结。有人将易立竞的访谈贴上了“冒犯式采访”的标签，从戈夫曼的拟剧理论来看，受众正是在这种“冒犯式采访”的情感沉浸状态里，找到了内心自我与社会自我的冲突，获得了镜像式的感知与体验。

3. 文化访谈类节目的互动仪式运作机制

用柯林斯互动仪式链的理论模型与作用机制考察文化访谈节目，可以得出如下关键环节：（1）由每一个微观互动仪式的成功实现取决于参与者的相互关注度，主持人与现场嘉宾的访谈互动成功与否，对受众的高关注度、高参与度具有至关重要的引发作用；（2）参与者的高关注度能够激发强烈的认知，进而激发较高的情感水平，正如美国人格心理学家沃尔特·米歇尔（Walter Mischel）在其认知——情感的个性系统（CAPS）所强调的那样，事件与个性在复杂的 CAPS 模型中发生交互作用[7]，并最终决定人们的情感联结强度；（3）受众通过主持人与被访嘉宾的互动，与节目发生情感联结，获得了强大的认同感和归属感，成为具有微观群体属性的“局内人”；（4）通过上述关注机制与情感联结，文化访谈节目完成了互动仪式的塑造过程，形成了具有群体性的文化符号。在节目传播过程中，这一节目仪式又与更多的社会际遇群体发生融合交互，节目的关注焦点和文化符号得到反复强化，激发了更多受众持续观看与情感分享的动力，进而使节目的社会仪式链不断延长与壮大，最终完成了节目的议程设置与舆论引导功能。图 2 即为文化访谈类节目的互动仪式运作机制。

从图 2 可以看出，提高文化访谈节目的互动仪式效果，进而增强节目的市场占有率和社会影响力，需要从以下四个方面发力：（1）通过开发“虚拟互动”手段[8]，吸引更多受众从现实场景中脱离，进入虚拟场景的互动仪式中，增加参与者（受众）人数，增强

关注强度；（2）文化访谈节目应以内容为王道，一方面要着力提升访谈内容的黏合度，增强受众观看的沉浸感和情感能量，另一方面要挖掘更多符号资本，如明星加入、热点话题、共享知识等，强化符号资本的交换；（3）增强受众的归属感，植入“局内人”意识。互动仪式链理论说明，受众的“局内人”特征，会更加持久吸引受众对互动仪式的追随与关注，因此，通过主持人话语引导、节目场景的布置和氛围营造、节目环节的设置、虚拟互动等技巧，让受众体验到强烈的归属感，可以有效提高他们的参与热情和互动兴趣；（4）根据柯林斯理论，情感能量是互动仪式中最重要的核心要素，有效唤起和持续强化受众的情感能量必然是文化访谈节目能否成功的关键，通过实时弹幕、直播连线、互动区讨论等手段，让受众拥有充分的话语权和主体存在感，都是受众能量唤起的必要途径。

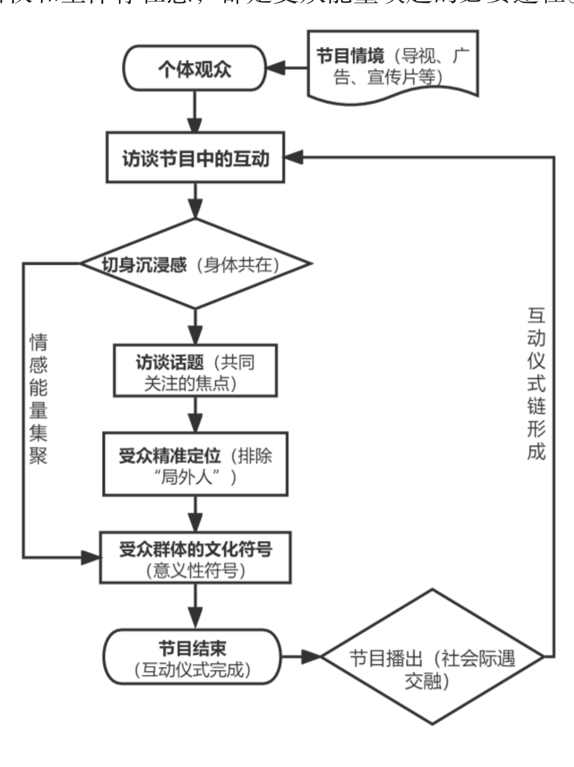


图 2　文化访谈类节目的互动仪式运作机制

结语

自 1996 年中央电视台推出全国第一档文化访谈类节目《实话实说》至今，20 多年的时间里这一节目类型从未停止过发展与创新的脚步。主题、题材不断创新，形式与风格不断拓展，尤其是在娱乐、综艺主宰新媒体的当下，文化访谈类节目依然独霸一方，势头不仅不减，还时常出现一些收视率和播放量超高的现象级栏目，究其本源，是文化访谈类节目对人性的真实开掘和对人情的深度关注，以及在此基础上建立起来的与社会民生、布衣百姓的密切互动模式与情感联结范式。互动是媒体生存的王道，也是传统主流媒体突出重围的最大壁垒。面对着信息过剩、市场竞争白热化的传媒格局，文化访谈类节目正是通过情感互动这张王牌，在众声喧哗的各类媒体平台中独占鳌头，不断产出内容与形式兼优的新鲜品类，通过对社会民生多维度、多视角与多模态的关照，在凝聚大众共识、树立正确舆论导向、传播主流价值观方面起到了重要作用，并以其高关注度收获了丰厚的经济效益。

通过互动仪式链理论观照当下较火的文化访谈类节目，可以大致梳理出五种互动情感的联结范式 ：以《圆桌派》《非正式会谈》等栏目为代表的蛛网式，以《十三邀》《我的青铜时代》等栏目为代表的话语霸权式，以《朗读者》《鲁豫有约》等栏目为代表的暗流涌动式，以《这就是中国》《开讲啦》等栏目为代表的辐射扩散式，以《立场》和《和陌生人说话》等栏目为代表的戏剧冲突式。尽管各类范式的作用原理差异很大，但它们都能通过切身沉浸、共同焦点、排除“局外人”、意义性符号的生成等节目互动过程完成情感能量的集聚，从而取得了理想的传播——接受效果。文化访谈类节目的互动仪式运作机制包括四个关键环节，一是主持人与现场嘉宾的互动决定着节目受众的关注度与参与度；二是现场观众和嘉宾的高关注度是激发社会广泛情感联结的原动力；三是节目现场的互动带入为受众营造了强大的认同感和归属感 ；四是访谈节目的传播过程又与更多社会群体发生交互，最终完成了社会互动仪式链条。由此可以得出，文化访谈类节目未来的发力重点包括通过“虚拟互动”增强现场参与者和节目受众的关注度与参与度，通过锤炼节目内容增强情感能量与符号交换资本，通过虚拟互动的带入增强受众的“局内人”意识，通过实时弹幕、直播连线、互动讨论等多元手段增强节目互动仪式的情感能量。

柯林斯等人的互动仪式链理论能充分解释高收视率与播放量的文化访谈类节目的互动机制和情感集聚的发生原理，也可以通过该理论找到节目的创新路径与发展方向。利用互动仪式链理论，使短暂的情感转化为长期稳定的情感能量，就需要有凝固和记忆这种

情感的符号和神圣物。[9] 因此，根据互动仪式链理论梳理文化访谈节目中的互动仪式要素与运作机制，从理论机制深度考查文化访谈类节目互动模式与情感联结的典型范式，进而在传媒实践中不断加以强化和完善，使节目受众拥有同样的集体符号并在情感能量的激发下形成对内容及彼此的关注热情，团结感被充分赋予，身份符号获得高度匹配，即可以有效提升此类节目的接受效果、社会效益与经济价值。

参考文献

[1][美]兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任，等译.北京：商务印书馆，2012：1.

[2][美]兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任，等译.北京：商务印书馆，2012：72.

[3][美]兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任，等译.北京：商务印书馆，2012：25.

[4][9] 陈志翼.文化综艺类节目中的互动仪式链——以《朗读者》为例 [J]. 青年记者，2018（2）：69-70.

[5] 杨佳欣：体育赛事传播中场景叙事对互动仪式链建构的作用——以 2022 北京冬奥会为例 [J]. 新媒体研究，2022（19）：16-19.

[6] 文宇振：文化类深度访谈节目的主持人新呈现——以《立场》《十三邀》为例 [J]. 新闻传播，2021（13）：39-40.

[7] 于松梅，杨丽珠：米契尔认知情感的个性系统理论述评 [J]. 心理科学进展，2003（2）：197-201.

[8] 谢小萍：虚拟场景中互动仪式链的形成——以观看《守护解放西》群体的互动为例 [J]. 新媒体研究，2022（16）：121-124.

作者简介：牛海波（1974-），女，辽宁锦州，锦州新闻媒体集团主任编辑，一级播音员，研究方向为电视访谈艺术。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第104页）

-主体、智能主体的演变 [J]. 国际新闻界，2018（12）：83-103.

[7] 郭全中.虚拟数字人发展的现状、关键与未来 [J]. 新闻与写作，2022（7）：56-64.

[8][16] 王忆希，吴福仲，王峥.人工智能新闻主播何以被接受？新技术与社会行动者的双重视角 [J]. 全球传媒学刊，2021（4）：86-102.

[9] 管伟.5G 视域下电视新闻主播媒体意识的守正创新思考 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：36-38.

[10] Reeves B，Nass C I.The Media Equation ：How People Treat Computers Television ，and New Media Like Real People and Places[M].CAmbridge University Press，1996.

[11] 虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022—2026年) [EB/OL].https：//www.miit.gov.cn/zwgk/zcjd/art/2022/art_acb9482eac994486913b592cebf71b81.html.2022-11-01/2023-02-21.

[12] 广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划 [EB/OL]. http：//www.nrta.gov.cn/art/2021/10/20/art_113_58228.html.2021-10-20/2023-02-23.

[13] 严锋，蒋原伦，孙玮，鞠薇，张跣，朱军，李春雷，曾一果，徐翔.新媒介语境下的科幻景观与科幻文化 [J]. 探索与争鸣，2019（8）：37-66.197.

[14] Mori，Masahiro.The Uncanny Valley.Translated by Karl MacDorman and Norri Kageki.IEEE Robotics & Automation Magazine，2012（2）：98-100.

[15] [美]约翰·达勒姆·彼得斯.交流的无奈：传播思想史 [M]. 何道宽译.北京：华夏出版社，2003：133.

[17] 赵馨.传情达意：AI 合成新闻主播的身体传播刍议 [J]. 中国传媒科技，2022（4）：65-67.

作者简介：洪佳莉（1994-），女，浙江杭州，硕士研究生，研究方向为影视传播、广播电视新闻；丁梓珂（1997-），男，浙江温州，硕士研究生，研究方向为数字媒体与智能传播。

（责任编辑：张晓婧）